



Gameplay: interação, formato, usos e público

MISSÃO

Uma missão, ou quest, nos jogos eletrônicos, é uma tarefa que um personagem ou grupo de personagens precisa concluir a fim de ganhar uma recompensa. As recompensas podem ser representadas por itens quantificáveis, como moedas, níveis emocionais ou sobrevida, acesso a novos espaços ou a novos níveis de jogo, aumento na experiência do personagem, novas ferramentas e habilidades etc.

Algumas missões são chamadas de secundárias porque representam um desvio da missão principal e não interferem na evolução do jogo. São frequentes em jogos de mundo aberto ou mesmo quando há intenção de oferecer algum bônus ao jogador.

Quests devem ser desenvolvidos não apenas em termos de dificuldade, mas também por tempo em relação à recompensa atingida. Isso porque não faz sentido ter um quest muito longo para uma recompensa que não faz jus à dificuldade e ao tempo gasto.

Muitas vezes, os quests estão integrados a uma cadeia hierárquica de quests, ou seja, pequenas missões que ajudam a completar missões maiores a fim de se avançar no enredo.

Ao desenvolver um quest, é necessário levar em consideração o tom do jogo. O tom se refere a nuances de estilo da narrativa e da linguagem gráfica: tenebroso, alegre, apocalíptico, lúdico, mágico, destrutivo, labiríntico, oníri

etc. Em caso de uma combinação de tons, os quests devem ser desenvolvidos de modo a não ferir a coerência interna.

Cada gênero apresenta uma característica própria de quests. Por exemplo, jogos realistas que tentam transpor a experiência real do cotidiano desenvolvem quests que de fato se assemelham às dificuldades e tarefas que uma pessoa comum costuma atravessar ao longo da vida.

Em jogos cuja mecânica e jogabilidade são extremamente conhecidas como desafiadoras e viciantes, como é o caso de *Tetris* e seus correlatos, os quests estão justamente baseados no aperfeiçoamento motor do jogador, cada vez mais integrado às possibilidades que o suporte oferece. Há também outros modelos corriqueiros de quests:

Kill quest: O personagem precisa matar alguém.

Delivery quest: O personagem precisa entregar algo a alguém.

Gather quest: O personagem precisa recolher itens ou acumular pequenas tarefas.

Hybrid quest: O personagem precisa combinar diferentes tarefas para completar a missão, por exemplo precisar resolver um quebra-cabeça para ter acesso a uma arma específica.

TIPO DE INTERAÇÃO E FORMATO

Ao pensar o gameplay – a jogabilidade – sob a perspectiva da mecânica, é preciso refletir sobre a experiência do jogador na sua relação com o console. Isso deve estar previsto no Game Design Document e faz parte do processo de desenvolvimento de roteiro. Afinal, não são raros os jogos com premissas

extremamente interessantes, mas que apresentam dissonâncias entre o enredo e a jogabilidade em si, produzindo experiências negat aos usuários. Por isso, os seguintes elementos devem ser previstos:



Movimentação: como os personagens vão se movimentar e como o jogador controlará isso?



Mundo: aberto ou fechado? Aonde o personagem pode ir?



Planos: 2D ou 3D? Ou ambos?



Ponto de vista: primeira pessoa ou terceira pessoa? Haverá alternância?



Gênero: qual é o gênero ou quais são os gêneros do game?

SUPORTE

Um roteirista de games deve estar sempre em contato com os profissionais responsáveis pela parte técnica, uma vez que os hardwares e softwares de programação gráfica serão responsáveis por materializar as ideias do GDD e do roteiro. Assim, o profissional responsável pela narrativa deve analisar:



Tecnologia: hardwares e softwares de programação visual que poderão ser utilizados.





Amplitude e possibilidade: ser bastante claro sobre o que imagina sobre vetores de altura, largura e profundidade, bem como desenho e volume de objetos e espaços (o GDD inclusive costuma trazer imagens de referência).



Interface: ser claro sobre suas intenções de interface, em geral associadas ao tom e estilo do game, bem como a apresentação de quests.



Controle: considerar o suporte no qual o jogador realizará sua interação.

TIPOS DE USO E JOGABILIDADE

Em geral, os manuais de roteiro para games indicam que a adesão do jogador está intrinsecamente relacionada à curva de assimilação do gameplay X tempo. Ou seja, o usuário deve ir de 0% de conhecimento do gameplay a 100% no menor intervalo de tempo possível. No entanto, deve haver um equilíbrio que depende da testagem em versões beta.

Quando o jogo é imediatamente muito fácil, jogadores tendem a abandoná-lo. Quando é muito díficil, ocorre o mesmo. De qualquer maneira, o roteirista deve considerar de que forma o público irá interagir com o game. Há jogadores que irão comprar consoles específicos para games de corridas de carro, pistolas para jogos de tiro em primeira pessoa etc.

Um aspecto interessante sobre jogos produzidos para celulares e tablets é o planejamento de se o game pode ser jogado com apenas uma das mãos.

Parece um detalhe irrelevante, mas muitas pessoas jogam durante o trajeto para o trabalho, muitas vezes em pé. Um game que pode ser jogado apenas com o polegar pode ser a diferença entre um sucesso e um fracasso em uma época em que as pessoas ficam presas em engarrafamentos enlouquecedores e precisam se distrair para passar o tempo.

Além disso, a habilidade motora fina também deve ser considerada ao se idealizar games infantis, uma vez que as crianças estão ainda desenvolvendo suas habilidades e jogos devem atender suas demandas sem gerar estresse ou frustração.

ESTUDO DE CASO: CANDY CRUSH

*Candy Crush Saga*é um dos jogos mais populares da História e, sem dúvida, o jogo mais popular dos anos 2010. Projetado pela empresa King e lançado em 2012, o game, em 2013, era jogado mais de 600 milhões de vezes por dia por 50 milhões de usuários. Inicialmente para ser jogado no Facebook, era inspirado em *Bejeweled*, de 2001, que consistia em ordenar diamantes da mesma cor. *Candy Crush* se tornou uma febre, porque, embora utilizasse um formato antigo, era dotado das seguintes características:

- Usabilidade
- Portabilidade
- Familiaridade
-

Interatividade





Competitividade



Recompensabilidade

Atividade Extra

Ler reportagem do portal G1: *Psicologia por trás do sucesso de jogos como 'Candy Crush'*

Link para a atividade: http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/08/psicologia-por-tras-do-sucesso-de-jogos-como-candy-crush.html

Referência Bibliográfica



CSIKSZENTMIHALYI, M. **Flow: the psychology of optimal experience**. Harper Perennial: London, 1990.



GULARTE, Daniel. **Jogos Eletrônicos – 50 Anos de interação e diversão**. Rio de Janeiro: 2AB, 2011.



MCGONIAL, Jane. **A realidade em jogo**: **Por que os games nos tornam melhor e como eles podem mudar o mundo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012.

- MCKEE, Robert. **Story: substância, estrutura, estilo e os princípios da escrita de roteiro**. Curitiba: Arte & Letra, 2017.

- OLIVEIRA, Arthur Protasio Jorge de. **Jogando histórias: refletindo sobre a narrativa dos jogos eletrônicos.** Tese (Mestrado em Design) - Departamento de Artes e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 254. 2014.

- SALEN, Katie; ZIMMERMAN, Eric. **Regras do Jogo: fundamentos do design de jogos**. São Paulo: Blucher, 2012.

- SHELL, Jesse. **A Arte de Game Design**. São Paulo: Elsevier, 2010.

- TEIXEIRA, Deglaucy Jorge; CRUZ, Dulce Márcia; GONÇALVES, Berenice Santos. **Uma proposta de roteiro para game educativo com base no design de narrativa digital interativa.** Revista Metamorfose, vol. 2, n. 1, p. 252-275, maio de 2017.

Ir para exercício